

Juliana Gonçalves Machado

# **Representações Sociais sobre a Empregabilidade da Mulher Brasileira em Portugal**



ESCOLA SUPERIOR DE ALTOS ESTUDOS

**Dissertação de Mestrado em Gestão  
de Recursos Humanos e Comportamento  
Organizacional**

COIMBRA, 2019



## **Representações Sociais sobre a Empregabilidade da Mulher Brasileira em Portugal**

Juliana Gonçalves Machado

Dissertação Apresentada ao ISMT para Obtenção do Grau de Mestre em Gestão de  
Recursos Humanos e Comportamento Organizacional

Orientadora: Doutora Fátima Regina Ney Matos

**Coimbra, outubro 2019**

*“Everyone is a foreigner somewhere, somehow...”*

*(Unknown)*

## **Agradecimentos**

Agradeço, primeiramente, aos meus pais, Marco Antônio Machado e Maria Elisa Gonçalves Machado, por todos os dias me incentivarem e apoiarem em qualquer circunstância.

Ao meu irmão, Fernando Gonçalves Machado, minha melhor versão, por estar sempre presente, mesmo longe.

Agradeço à Professora Doutora Fátima Ney Matos e Professora Doutora Margarida Pocinho pelo apoio, disponibilidade e partilha de conhecimento. Foi um período muito enriquecedor!

Aos meus amigos que tem me acompanhado nessa jornada em Portugal..obrigada pelo companheirismo, carinho e por tornarem os dias mais leves.

## **Resumo**

O objetivo desse trabalho foi compreender quais as representações sociais sobre a mulher brasileira em relação ao profissionalismo (contexto laboral), à personalidade e à identidade cultural em Portugal. Assente em uma metodologia qualitativa, o estudo foi baseado nos aportes da teoria das representações sociais e utilizou-se o Teste de Evocação de Palavras (TEVOC) como técnica de coleta de dados. Foram respondidos 145 questionários, que geraram 435 respostas das quais 146 foram consideradas pouco significativas, por apresentarem menos de 1% da frequência simples. Os resultados mostraram que, em relação ao profissionalismo, a mulher brasileira no contexto laboral português é considerada apenas como uma migrante simpática e alegre, que aceita exercer trabalho precário. Em relação sua identidade cultural, a mulher brasileira é identificada como turista, uma mulher bonita e atraente. No entanto, no que concerne a imagem negativa, a mulher brasileira é vista como prostituta. Sobre a personalidade foi possível verificar que as mulheres portuguesas apresentam um alto índice de imagem positiva em relação as mulheres brasileiras. Os homens portugueses, ao mesmo tempo que mostram ter uma imagem positiva, mas demonstram imagem negativa. Pode-se concluir que o preconceito ainda é uma constante e que a imagem da mulher brasileira ainda sofre uma hipersexualização, o que cria uma identidade preferencial para um mercado de trabalho precário, prejudicial à sua empregabilidade..

**Palavras-chave:** Representações sociais. Mulher brasileira. Gênero. Migrantes.

## **Índice**

<b><i>Introdução</i></b> .....	<b>3</b>
<b><i>Enquadramento teórico</i></b> .....	<b>6</b>
Gênero, migrações e mercado de trabalho .....	6
<b><i>Procedimentos metodológicos</i></b> .....	<b>9</b>
<b><i>Análise e discussão dos resultados</i></b> .....	<b>10</b>
Detalhamento do Teste de Evocação de Palavras .....	10
<b><i>Considerações finais</i></b> .....	<b>19</b>
<b><i>Referências Bibliográficas</i></b> .....	<b>20</b>
<b><i>Anexos</i></b> .....	<b>25</b>

## **Introdução**

Comportamento organizacional, segundo Robbins (2009, “é o estudo sistemático e a aplicação cuidadosa do conhecimento sobre como pessoas – como indivíduos e como grupos – agem nas organizações. [...] Os elementos fundamentais a serem considerados são as pessoas, a estrutura, a tecnologia e o ambiente externo” (p. 19). Tal área é de grande importância justamente pelos desafios que as organizações enfrentam relacionados à diversidade da força de trabalho cada vez mais heterogênea. Além da cultura organizacional e do ambiente sociocultural, a organização também está condicionada a diversos fatores como o gênero, a idade, o tempo de permanência, função e etnia de seus colaboradores (Sousa, 2006). Dentre tais fatores, um tem sido destaque na atualidade, os migrantes.

Segundo as Nações Unidas, o número de migrantes internacionais ultrapassou os 250 milhões, ou seja, o número de pessoas que vivem num país diferente do seu país de origem aumentou 49% desde 2000. Além disso, o número de migrantes como fração da população residente em países desenvolvidos passou de 9,6% em 2000 para 14% em 2017. Globalmente, três regiões são as mais procuradas como destino das migrações internacionais: América do Norte (EUA e Canadá), a União Europeia e os países produtores de petróleo do Golfo Pérsico.

A migração é muitas vezes uma fuga à pobreza, crise econômica e política. Porém, isso não significa que os migrantes sejam necessariamente de classe social baixa e que a migração tenha origem na pobreza. Há tanto migrações de trabalho pouco qualificados como migrações de trabalho altamente qualificados, e também em menor número, mas com maior visibilidade, migrações de pequenos negócios.

No quadro da União Europeia, Portugal é um dos países de destino e de origem de migrações internacionais oriundas sobretudo dos PALOP (Países Africanos de Língua Oficial Portuguesa), Brasil e a alguns países do Leste europeu. Essa migração em Portugal foi impulsionada pelo aumento do investimento em infra-estruturas, o desenvolvimento do turismo, segurança e o crescimento económico, que coloca o país entre os melhores para a concretização da atividade empresarial, conforme relatório elaborado em 2017 pelo Banco Mundial, que avaliou a situação de 190 países, tendo Portugal ficado na 29ª posição.

A migração por parte dos brasileiros(as) é um fenómeno que ganhou visibilidade ao longo de 1970 e início da década de 80 (Albuquerque, 2005). A crise e a incerteza econômica, a acentuada desvalorização da moeda brasileira, associada a processos

inflacionários intensos, entre outros motivos, incentivaram a saída de milhares de brasileiros em busca de novos destinos (Cavalcanti, 2005), sendo um deles Portugal.

Em Portugal, atualmente constata-se um aumento da comunidade brasileira, que representa 20,3% da comunidade estrangeira residente e a nacionalidade com maior representatividade no país (SEF, 2017), sendo o número de indivíduos brasileiros do sexo feminino superior aos do sexo masculino (Anexos estatísticos SEF, 2017). Por conta deste fato, o presente trabalho pretende responder a seguinte questão: quais as representações sociais, em relação ao profissionalismo (contexto laboral), à personalidade e à identidade cultural sobre a mulher brasileira em Portugal?

O objetivo geral é compreender quais as representações sociais sobre a mulher brasileira em relação ao profissionalismo (contexto laboral), à personalidade e à identidade cultural em Portugal.

Como campo do conhecimento ainda em construção, o comportamento organizacional pode ser dividido em duas grandes áreas: macro comportamento organizacional e micro comportamento organizacional (Staw, 1984). Essa investigação concentra-se na área macro, que trata de questões sobre a estrutura, o design e as ações das organizações dentro de contextos sócio-económicos (Staw, 1984).

No nível de análise macro, incluem-se estudos sobre diversidade cultural, políticas e práticas de recursos humanos, estrutura e dimensionamento do trabalho (Robbins, 1999). A diversidade cultural pode ter resultados positivos para as organizações, embora também possa haver problemas de comunicação e dificuldades no processo de aprendizagem intercultural (Bueno & Freitas, 2018), pois as culturas nacionais variam de modos significativos e distintos, a forma de pensar, os costumes, os comportamentos, interações e valores (Adler & Gundersen, 2008). O estudo sobre as representações sociais das mulheres brasileiras poderá facilitar a gestão dos conflitos entre culturas, manter o grau de comunicação elevado e desenvolver e manter a coesão das equipas. Complementando, Finuras (2003) aponta que também é necessário aprender a lidar com as diferenças de personalidade.

A empregabilidade pode ser entendida como o potencial de inserção, permanência e reinserção no contexto laboral, principalmente diante de um mundo em constante transformação (Furtado, Lima & Bezerra, 2014). O contributo da Teoria das Representações Sociais é que possibilita analisar o contexto intercultural a partir da compreensão sobre como os significados são compartilhados e como as práticas transformam o não familiar em familiar.



Dessa maneira, os resultados dessa investigação poderão ser uma mais valia para a Gestão de Recursos Humanos, tendo em vista que as ações gerenciais devem procurar atingir metas superiores em relação aos funcionários, a organização e a sociedade.

## **Enquadramento teórico**

### **Gênero, migrações e mercado de trabalho**

Conforme consta no dicionário português, discriminação ou o ato de discriminar consiste no ato de estabelecer diferenças, colocar algo ou alguém de parte, bem como tratar de maneira desigual ou injusta, com base em preconceitos, uma pessoa ou grupo.

A discriminação contra a mulher é observada em toda a história da humanidade e apesar dos grandes avanços para a igualdade de gênero, tanto no mercado de trabalho como na sociedade em geral, as diferenças ainda são visíveis. Guerra (2006) afirma que a imagem da mulher como um ser mais frágil, comparada ao homem, ainda é bastante presente em aspectos como liderança e condição física, estando ainda sub-representada em cargos de baixa responsabilidade e num número reduzido de profissões.

Mesmo vivendo num mundo moderno e em constante transformação, onde organizações defendem a plena e total igualdade de direitos para todos os seres humanos, como consta na Declaração Universal dos Direitos Humanos, esta realidade ainda está longe do esperado, dado que encontramos países onde ser mulher ainda é sinônimo de inferioridade. Torres e Pérez-Nebra (2014) afirmam que as grandes transformações na força de trabalho, registram-se logo após a Primeira e Segunda Guerra Mundial. Devido a falta de mão-de-obra, mulheres e grupos étnicos começam ingressar nas organizações. A partir daí o aumento da força de trabalho registra-se em dimensões de gênero, etnia, nacionalidade, classe social, religião e cultura.

Um fator que vem desafiando não só as organizações, como a sociedade num todo, é a migração. Se por um lado a globalização tornou a vida das pessoas mais fácil, por outro causou e vem causando uma série de acontecimentos que perduram entre as nações, como a inflação, pobreza, vulnerabilidade, desigualdade e guerras. Reflexo de tais fatos são as milhares de pessoas que migram de seus países de origem em busca de um local com mais qualidade de vida.

Segundo Piore (1979), Portes (1981 e 1999) e Massey et al. (1998) o estudo da relação entre os processos de imigração e o mercado de trabalho se dá pela segmentação de característica dual. De um lado temos o mercado de trabalho primário que é composto por condições de emprego estáveis, bons salários, perspectivas de carreira, proteção e bom estatuto social em organizações públicas e certas empresas privadas. Do outro lado, o

mercado secundário, dispõe de empregos com insegurança contratual, baixos salários, fracas oportunidades de promoção, ausência de proteção e baixo estatuto social.

Assim sendo, grande parte dos aspectos que geram a migração internacional, particularmente de países menos para mais desenvolvidos, corresponde a existência dos mercados secundários, os quais apresentam maior flexibilidade. Os cidadãos nacionais acabam por se afastar, pois não aceitam tais condições e assim atraindo-se migrantes oriundos de regiões subdesenvolvidas que buscam melhorar o padrão de vida.

De acordo com Phizacklea (2005), a imigração tem correlação à flexibilização laboral há alguns anos. Conforme a autora, o regime mais conhecido como o de “trabalhadores temporários” (guestworker), foi desenvolvido na Europa Ocidental no período pós Segunda Guerra Mundial e já possuía elementos que permitiam o recrutamento e abandono facilitado de trabalho estrangeiro, bem como mobilidade entre setores. Tais elementos foram completamente desenvolvidos nos anos mais recentes. A “procura contínua de trabalho mais flexível e incerto” por parte dos empregadores, tem levado cada vez mais à imigração e ao recrutamento de trabalhadores imigrantes, incluindo os que estão em situação irregular.

A capacidade, dos diferentes países, para atrair e integrar profissionais estrangeiros, está bastante relacionada com o estado de desenvolvimento do mercado de trabalho qualificado e com as oportunidades que o mesmo dispõe. Porém, tal relação não é linear. Os países mais desenvolvidos apresentam maior capacidade de atração, mas nem sempre se apresentam com a mesma capacidade de integração, a qual está estreitamente relacionada, também, com a abertura dos sistemas de formação e de trabalho, tanto dos países de origem como de destino (Solimano et al., 2004; Iredale, 2001).

No caso de Portugal, alguns fatores contribuíram para o país ser um destino atrativo para os migrantes, em especial os brasileiros. A existência de uma língua comum e de referências culturais facilitadores da integração social; ter o direito a um estatuto particular de igualdade de direitos no plano jurídico; a prolongada situação de crise sócio-económica, hiperinflação e insegurança, generalizadas no Brasil, desde os anos 80, associada a uma alteração da representação de Portugal na comunidade europeia (Pires, 2002; Pires, 2003) são alguns exemplos.

O recrutamento de trabalhadores imigrantes ocorre em setores de trabalho manual como a construção civil e para vários segmentos de serviços como: doméstico e limpezas, assistência à crianças e idosos, saúde e comércio, hotelaria e restauração. Alguns destes segmentos estão associados com o trabalho feminino, o que também explica a crescente feminização dos fluxos migratórios.

No mundo todo, principalmente na Europa, o número de mulheres migrantes tem aumentado cada vez mais nos últimos anos. O fenómeno migração feminina ganhou maior visibilidade a partir de 1970 e início da década de 80, com o desenvolvimento das perspectivas feministas nas ciências sociais, posição das mulheres na estrutura social e das relações de género (Albuquerque, 2005), sendo a maior razão de migração o reagrupamento familiar. Nesse percurso até o presente momento, surgiram outras razões para que as mulheres migrem: o resultado da sua emancipação, da mudança de mentalidades, maior facilidade de comunicação, alteração da imagem negativa da mulher que migra sozinha (Sertório & Pereira, 2004), bem como a globalização econômica e a reestruturação dos mercados de emprego, desde finais do século XX, que constituem um estímulo constante ao recrutamento de mão-de-obra feminina (Albuquerque, 2005). A busca por melhores condições de vida, a tentativa de ultrapassar a menoridade social, fugir da discriminação, preconceito e opressão que sofrem nos seus países de origem são alguns dos motivos que levam a mulher nos dias de hoje migrar de seu país de origem, razões que nada têm a ver com o universo familiar como no passado.

A questão é que nem sempre a migração feminina tem bom resultado ou fácil percurso. Sabe-se que muitas migrantes não conseguem regularizar os documentos logo que chegam ao país de destino, tornando-se um grupo bastante vulnerável, uma vez que muitos dos empregadores se aproveitam dessa situação para não cumprir as leis em relação a pagamento, horário de serviço, férias, licenças e outros direitos trabalhistas. Isso, consequentemente, confere a essas mulheres uma experiência laboral precária e marginal, permeada por mecanismos de exclusão e segregação sexual e étnico-racial (Silva, 2013).

Apesar das mulheres serem cada vez mais independentes (Garip, Curran, Shafer, & Donato, 2006), suas experiências migratórias são repletas de singularidades, especialmente no que diz respeito às vulnerabilidades em termos de papel social de género, etnia, classe social, idade e orientação sexual (Crenshaw, 1991; Neves, 2010).

Com relação ao tema abordado, especificamente a mulher brasileira no mercado de trabalho português, conforme Xavier (2007) e Mallheiros (2017), as imagens e relações são marcadas por uma ambivalência entre proximidade e preconceito. Santos (2007) afirma que há um processo de generalização e de estereotipificação das migrantes, o qual alimenta uma imagem redutora dos seus atributos e competências. Adicionalmente, Machado (2003) pontua o fato da existência de um “rótulo de brasilidade” que corresponde a uma pessoa alegre, comunicativa, submissa e com alta dose de hipersexualidade, constituindo assim uma identidade preferencial para um determinado mercado de trabalho designado como “mercado

da alegria”. Padilha (2007) concluiu, em um trabalho denominado “A imigrante brasileira em Portugal: considerando o gênero na análise”, que a imagem da mulher brasileira está conotada com o rótulo de prostituta, influenciando negativamente as suas experiências de migração. Nas palavras da autora “o estereótipo da prostituição também gera uma marca de hostilidade entre as próprias mulheres, brasileiras e portuguesas e, mesmo, nas brasileiras entre si” (p.126).

### **Procedimentos metodológicos**

No que diz respeito à metodologia, Vergara (1997) afirma que a pesquisa de caráter exploratório está pautada em uma abordagem de natureza qualitativa, pelo fato do tema estudado ser suscetível à conhecimento sistematizado. É de extrema importância, segundo Freitas e Castro (2004), ressaltar que temas sobre representações sociais estão em constante reformulação e por isso não é possível ter respostas tidas como verdades.

A pesquisa qualitativa baseia-se na abordagem interpretativa, com o objetivo de compreender “o universo de significados, motivos, aspirações, crenças, valores e atitudes, o que corresponde a um espaço mais profundo das relações, dos processos e dos fenômenos que não podem ser reduzidos à operacionalização de variáveis” (Minayo, 1994, p.22). Merriam (1998) reforça tal pensamento ao afirmar que a pesquisa qualitativa destaca-se dentre as diversas possibilidades de estudos de fenômenos que compreendem os seres humanos e suas complexas relações sociais firmadas em múltiplos ambientes. Mais, com o resultado almeja-se a compreensão e descrição do significado de uma frase, tornando assim a pesquisa também de caráter descritivo.

Tendo como objetivo identificar se a imagem da mulher brasileira influencia ou não o lugar que a mesma ocupa no mercado laboral português. O âmbito de pesquisa constituiu 145 pessoas, considerando o critério de inserção as mesmas serem residentes em Portugal. Primeiramente foi explicado o objetivo da investigação e solicitado a participação voluntária de cada indivíduo. Ademais, todos os participantes concordaram com o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido e garantido sigilo de acordo com as Leis de Proteção de Dados de Portugal (Lei nº67/98 de 26 de Outubro de 2018).

Sendo este estudo baseado nos aportes da teoria das representações sociais, utilizou-se o teste de evocação de palavras (TEVOC) como técnica de coleta de dados (Vergara, 2008). Tal técnica foi aplicada com o intuito de recolha de elementos que, possivelmente, compõem

a estrutura da representação do objeto em estudo. Neste procedimento, foi solicitado aos indivíduos para mencionarem por escrito as três primeiras palavras que lhe vem espontaneamente à mente, baseadas na pergunta indutora “Quando digo-lhe mulher brasileira em Portugal” (Anexo 1). A ordem de citação espontânea das palavras ou expressões, assim como a ordem de importância atribuída pelos entrevistados foram prezadas. Os dados foram tratados e categorizados com base em medidas estatísticas descritivas, considerando-se a junção da frequência/ média e ordem de evocação das palavras, o que implica contemplar, respectivamente, a dimensão coletiva e a individual. Fez-se uso dos softwares Excel e SPSS, versão 15, para facilitar o processo de organização e análise dos dados coletados.

## **Análise e discussão dos resultados**

### **Detalhamento do Teste de Evocação de Palavras**

Foram entrevistadas 145 pessoas residentes em Portugal e solicitado que mencionassem as três primeiras palavras baseadas na frase indutora “mulher brasileira em Portugal”. Ao todo foram coletadas e listadas 435 respostas que das quais 146 foram consideradas pouco significativas, por apresentaram menos de 1% da frequência simples (Anexo 2).

Como as representações sociais podem não ser consensuais, seu sentido é construído a partir de atribuições psicossociais o que gerou o conceito de núcleo central e sistema periférico (Abric, citado por Sá, 2002, p. 62).

O núcleo central é formado pelos elementos que dão significado à representação. É formado por suas significações fundamentais, que lhe dão identidade. No núcleo central encontram-se as representações que definem o comportamento individual ou de um grupo, representam a parte mais forte, formada pela memória coletiva do grupo e suas normas. No entorno do núcleo central, tem-se o sistema periférico, onde se apresentam as heterogeneidades do grupo e são acomodadas as contradições (Madeira, 2001; Mazzotti, 2001). No sistema periférico estão as representações que o indivíduo pode rever e negociar mais facilmente.

Após calcular a frequência e a ordem média de evocação (OME) de cada uma das 289 evocações significativas, chegou-se aos resultados da frequência média de evocação em 1,93 e para a média aritmética das ordens médias de evocação o valor de 6,42.

Na Figura 1, a seguir, tem-se o núcleo central no quadrante superior esquerdo onde se encontram as evocações com maior frequência e mais prontamente citadas. A importância dessas evocações está no elevado número de vezes em que foram evocadas, resultando em uma frequência maior do que a média e no alto grau de importância atribuído na hierarquização, fazendo com que a OME ficasse menor do que a média (Sá, 2002).

No quadrante inferior direito está o sistema periférico, onde se encontram as evocações citadas com menor frequência e mais tardiamente. São ideias ou expressões que, não são consideradas como essenciais, sendo mais facilmente modificáveis (Madeira, 2001; Sá, 2002).

Os elementos dos outros dois quadrantes, superior direito e inferior esquerdo, apresentam as evocações que mantêm com o núcleo central uma relação de proximidade (Tura, 1997).

Brasileira em Portugal		
<p>Frequência média de evocação (6,42)</p> <p>Eixo vertical (valores <math>\geq 6,42</math> devem ser alocados na parte superior)</p>	<p>Preconceito Aprendizado/Estudos Trabalho/Emprego/Trabalhadora Oportunidade Felicidade/Alegria Turismo/Turista Bumbum/Bunda Migração Samba Gostosa</p>	<p>Atraente/Bonita/beleza Simpática Independência Guerreira/Determinada Segurança</p>
	<p>Recomeço Melhoria de vida Desrespeito Férias Biquini Discriminação Luta/Lutadora Estudante Empregos ruins/Subemprego Divertida Estrangeira Mulher</p>	<p>Portugal Calor/Calorosa Liberdade Sexualização Brasileira Desemprego Desigualdade Praia Sociável Inteligente Carnaval Atrevida Amiga Festa Dificuldades Caipirinha Luta/Lutadora</p>
	<p>Média das ordens médias de evocação (1,93)</p> <p>Eixo horizontal (valores <math>\leq 1,93</math> devem ser alocados do lado esquerdo)</p>	

Figura 1. Diagrama de evocação

No núcleo central, evidencia-se a palavra preconceito, o que vem ao encontro dos achados de Xavier (2007) e Mallheiros (2017). Palavras como bumbum/bunda e gostosa reforçam a imagem sexualizada da mulher brasileira com “o estereótipo da prostituição também gera uma marca de hostilidade entre as próprias mulheres, brasileiras e portuguesas e, mesmo, nas brasileiras entre si” (Padilha, 2007, p.126; Machado, 2003).

De acordo com Machado (2003) existe um “rótulo de brasilidade” que corresponde a uma pessoa alegre, o que cria uma identidade preferencial para um determinado mercado de trabalho designado como “mercado da alegria”.

O núcleo central da representação social da mulher brasileira, de uma maneira geral, reforça a empregabilidade em um mercado secundário, que oferta empregos com insegurança contratual, baixos salários, fracas oportunidade de promoção, ausência de proteção e baixo estatuto social (Piore, 1979; Massey et al., 1998).

Após a elaboração do diagrama de evocação, as palavras evocadas foram classificadas em três categorias: representações sociais da mulher brasileira no que tange a sua personalidade, profissionalismo (contexto laboral) e identidade cultural em Portugal. A Figura 2 apresenta a categoria da imagem positiva e negativa da mulher brasileira no que tange a sua personalidade.

		<b>Imagem positiva</b>	<b>Imagem negativa</b>	<b>Total</b>
<b>Personalidade</b>	aberta	1	0	1
	afetuosa	1	0	1
	alegre	<b>7</b>	0	7
	amável	1	0	1
	amiga	1	0	1
	atrevida	0	<b>2</b>	2
	autônoma	1	0	1
	bem disposta	1	0	1
	boa amiga	1	0	1
	bom-caráter	1	0	1
	calorosa	1	0	1
	cativante	1	0	1
	chata	0	1	1
	comunicativa	2	0	2
	conquistadora	0	1	1
	convencida	0	1	1
	dependente	0	<b>2</b>	2
	descontraída	1	0	1
	devassa	0	1	1
	dinâmica	1	0	1
	divertida	3	0	3
	educada	1	0	1
	empenhada	1	0	1
	empreendedora	1	0	1
	esforçada	2	0	2
	extrovertida	2	0	2
	feminina	9	0	9
	festiva	<b>10</b>	0	10
	humilde	1	0	1
	independente	4	0	4
	interessada	2	0	2



	liberal	1	0	1
	livre	2	0	2
	oportunista	0	2	2
	perseverante	35	0	35
	persistente	1	0	1
	positiva	1	0	1
	responsável	1	0	1
	sensual	1	0	1
	sensualidade	1	0	1
	simpática	2	0	2
	submissa	0	1	1
<b>Total</b>		<b>102 (70,3%)</b>	<b>11 (7,6%)</b>	<b>113 (77,9%)</b>
<b>Não tem representação social acerca da personalidade</b>				<b>32 (22,1%)</b>

Figura 2. Imagem da mulher brasileira no que tange a sua personalidade

Com relação à imagem da mulher brasileira no que tange sua personalidade, 70,3% das pessoas apontam traços de personalidade positivos sendo de maior destaque: uma mulher perseverante, festiva e alegre. Em contrapartida, 7,6% julgam a mulher brasileira como uma pessoa atrevida, dependente e oportunista. Consideram-se 22,1% respostas sem caráter social acerca da personalidade. Essas características formam um estereótipo que uma imagem redutora dos atributos e competências da mulher brasileira (Santos, 2007).

A Figura 3 apresenta a categoria da imagem positiva e negativa da mulher brasileira no que tange o seu profissionalismo no mercado laboral português.

		<b>Imagem positiva</b>	<b>Imagem negativa</b>	<b>Total</b>
<b>Profissionalismo</b>	a procura de estabilidade	5	0	5
	alegre	5	0	5
	ambiciosa	1	0	1
	burra	0	2	2
	comunicativa	2	0	2
	confiante	1	0	1
	dentista	0	1	1
	desempregada	0	1	1
	desrespeitada	0	1	1
	dinâmica	1	0	1
	esforçada	4	0	4
	preconceito	0	23	23
	habilidosa	1	0	1
	inteligente	2	0	2
	migrante	28	0	28

	prática	1	0	1
	preguiçosa	0	1	1
	profissionalismo	1	0	1
	simpática	<b>14</b>	0	14
	sociável	2	0	2
	<i>stripper</i>	0	1	1
	trabalhadora	2	0	2
	trabalho precário	0	<b>6</b>	6
<b>Total</b>		<b>70 (48,3%)</b>	<b>36 (24,8%)</b>	<b>106 (73,1%)</b>
<b>Não tem representação social sobre o profissionalismo</b>		<b>39 (26,9%)</b>		

Figura 3. Imagem da mulher brasileira no que tange o seu profissionalismo no mercado laboral português

Relativamente a imagem da mulher brasileira no que tange o seu profissionalismo no mercado laboral português concluiu-se que 48,3% dos entrevistados consideram a mulher brasileira meramente como uma migrante, uma pessoa simpática e com o mesmo número de respostas, uma pessoas alegre e que busca estabilidade (segurança e melhores condições de vida). Quanto a imagem negativa, destaca-se a um estigma que a mulher brasileira sofre no mercado laboral, como também uma pessoa que exerce trabalho precário e considerada “burra” (Guerra, 2006; Portes, 1999).

A Figura 4 apresenta a categoria da imagem positiva e negativa da mulher brasileira no que tange a sua identidade cultural.

		<b>Imagem positiva</b>	<b>Imagem negativa</b>	<b>Total</b>
<b>Identidade cultural</b>	alegria	5	0	5
	Bumbum/bunda	<b>11</b>	0	11
	bonita	<b>14</b>	0	14
	brasileira	5	0	5
	caipirinha	1	0	1
	calorosa	1	0	1
	carnaval	3	0	3
	churrasco	1	0	1
	colonialismo	0	1	1
	divertida	2	0	2
	estereótipo	0	<b>2</b>	2
	preconceito	0	1	1
	estrangeira	0	2	2
	fácil	0	1	1

	falante	0	1	1
	friorenta	0	1	1
	<i>funk</i>	1	0	1
	independente	4	0	4
	livre	1	0	1
	migrante	1	0	1
	positiva	1	0	1
	praia	1	0	1
	prostituição	0	8	8
	samba	9	0	9
	simpática	1	0	1
	turista	16	0	16
	vítima	0	7	7
<b>Total</b>		<b>78 (53,8%)</b>	<b>24 (16,6%)</b>	<b>102 (70,3%)</b>
<b>Não tem representação social acerca da identidade cultural</b>				<b>43 (29,7%)</b>

Figura 4. Imagem da mulher brasileira no que tange a sua identidade cultural

A respeito da imagem da mulher brasileira no que tange a sua identidade cultural, revela-se que 53,8% dos entrevistados identificam a mulher brasileira como turista, uma mulher bonita e atraente. No entanto, no que concerne a imagem negativa, a mulher brasileira é vista como prostituta, vítima da sua própria cultura e que sofre devido a um estereótipo (Santos, 2007).

Foi possível distinguir o resultado de acordo com o sexo e respectiva nacionalidade dos participantes, como mostra a Figura 5, a seguir:

Sexo			Imagem positiva	Imagem negativa	Total
Feminino	Nacionalidade	Alemã	1	0	1
		Brasileira	29	2	31
		Luso-brasileira	1	0	1
		Portuguesa	21	3	24
		Luso-francesa	0	1	1
	<b>Total</b>		<b>52</b>	<b>6</b>	<b>58</b>
Masculino	Nacionalidade	Brasileira	13	0	13
		Portuguesa	37	5	42
	<b>Total</b>		<b>50</b>	<b>5</b>	<b>55</b>

Nacionalidade	Alemã	1 (1%)	0	1 (0,9%)
	Brasileira	42 (41,2%)	2 (18,2%)	44 (38,9%)
	Luso-brasileira	1 (1%)	0	1 (0,9%)
	Portuguesa	58 (56,9%)	8 (72,7%)	66 (58,4%)
	Luso-francesa	0	1 (1%)	1 (0,9%)
<b>Total</b>		<b>102 (100%)</b>	<b>11 (100%)</b>	<b>113 (100%)</b>

Figura 5. Imagem da mulher brasileira no que tange a sua personalidade

Sobre a personalidade da mulher brasileira em Portugal é possível verificar que de acordo com a nacionalidade e o sexo, existe uma diferença entre as imagens. Enquanto que as mulheres portuguesas apresenta um alto índice de imagem positiva, as mulheres brasileiras ultrapassam o mesmo. Com realação a imagem negetiva, pode-se verificar que mais portuguesas tem uma imagem negativa do que as brasileiras. Por outro lado, os homens portugueses, ao mesmo tempo que apresentam ter uma imagem positiva da mulher brasileira em questão da personalidade, é também o expõe maior número de respostas de imagem negativa (Piore, 1979; Portes, 1981, 1999; Massey et al., 1998).

De maneira universal, totaliza-se 56,9% dos portugueses (homens e mulheres) demonstram maior imagem positiva do que 41,2% dos brasileiros (homens e mulheres). Contudo, os 72,7% dos portugueses (homens e mulheres) apresentam uma maior percepção negativa comparando com as demais nacionalidades.

A Figura 6 realça a imagem positiva e negativa que homens e mulheres de nacionalidades distintas tem sobre a mulher brasileira e seu profissionalismo no mercado laboral português.

Sexo			Imagem positiva	Imagem negativa	Total
Feminino	Nacionalidade	Alemã	1	0	1
		Brasileira	16	24	40
		Luso-brasileira	1	0	1
		Portuguesa	19	2	21
	<b>Total</b>		<b>37</b>	<b>26</b>	<b>63</b>
Masculino	Nacionalidade	Brasileira	9	4	13
		Portuguesa	24	6	30
	<b>Total</b>		<b>33</b>	<b>10</b>	<b>43</b>

Nacionalidade	Alemã	1 (1,4%)	0	1 (0,9%)
	Brasileira	25 (35,7%)	28 (77,8%)	53 (50%)
	Luso-brasileira	1 (1,4%)	0	1 (0,9%)
	Portuguesa	43 (61,4%)	8 (22,2%)	51 (48,1%)
<b>Total</b>		<b>70 (100%)</b>	<b>36 (100%)</b>	<b>106 (100%)</b>

Figura 6

Em conformidade com a imagem da mulher brasileira consoante o seu profissionalismo, apura-se que as mulheres portuguesas tem uma imagem positiva maior do que as próprias brasileiras. Fato que é comprovado ao verificar que a mulher brasileira tem a percepção de uma imagem negativa superior às outras nacionalidades. Globalmente, homens e mulheres, os portugueses (61,4%) tem uma percepção muito mais positiva do que os próprios brasileiros (77,8%) em questão de profissionalismo da mulher brasileira em Portugal.

A Figura 7 apresenta quantos homens e mulheres de diferentes nacionalidades salientam uma imagem positiva ou negativa da mulher brasileira quanto a sua identidade cultural.

Sexo			Imagem positiva	Imagem negativa	Total
Feminino	Nacionalidade	Alemã	1	0	1
		Brasileira	16	24	40
		Luso-brasileira	1	0	1
		Portuguesa	19	2	21
	<b>Total</b>		<b>37</b>	<b>26</b>	<b>63</b>
Masculino	Nacionalidade	Brasileira	9	4	13
		Portuguesa	24	6	30
	<b>Total</b>		<b>33</b>	<b>10</b>	<b>43</b>

Nacionalidade	Alemã	1 (1,4%)	0	1 (0,9%)
	Brasileira	25 (35,7%)	28 (77,8%)	53 (50%)
	Luso-brasileira	1 (1,4%)	0	1 (0,9%)
	Portuguesa	43 (61,4%)	8 (22,2%)	51 (48,1%)

	Portuguesa	43 (61,4%)	8 (22,2%)	51 (48,1%)
<b>Total</b>		<b>70 (100%)</b>	<b>36 (100%)</b>	<b>106 (100%)</b>

*Figura 7.* Imagem da mulher brasileira no que tange a sua identidade cultural

No que diz respeito a mulher brasileira quanto a sua identidade cultural obteve-se número bastante curiosos. As mulheres portuguesas apresentam um resultado alto quanto a imagem positiva. Já as mulheres brasileiras contabilizam maior número de pessoas que enxergam a brasileira e sua identidade cultural de maneira negativa, confirmando o estereótipo (Xavier, 2007).

Em relação ao homem português acaba por resultar o mesmo, sendo um número maior de homens que tem uma imagem da identidade cultural brasileira positiva contra o número de homens brasileiros. Entretanto, o homem português da mesma forma que tem maior imagem positiva, também tem maior imagem negativa.

Totalizou-se 61,4% dos portugueses apresentam uma maior imagem positiva contra 77.8% dos brasileiros que acentuam a imagem negativa da mulher brasileira quanto a sua identidade cultural.

## **Considerações Finais**

O objetivo desse trabalho foi compreender quais as representações sociais sobre a mulher brasileira em relação ao profissionalismo (contexto laboral), à personalidade e à identidade cultural em Portugal. A partir dessas representações, procurou-se sua relação com a empregabilidade, pois a oferta de trabalho flexível e incerto e a precarização tem facilitado o recrutamento de imigrantes. As mulheres estão cada vez mais em busca de novas oportunidades, resultante da sua emancipação, da mudança de mentalidades, maior facilidade de comunicação, alteração da imagem negativa da mulher que migra sozinha (Sertório & Pereira, 2004), bem como a globalização econômica e a reestruturação dos mercados de emprego. Melhores condições de vida, tentativa de ultrapassar a menoridade social, fugir da discriminação, preconceito e opressão que sofrem nos seus países de origem são alguns dos motivos que levam a mulher nos dias de hoje migrar. Phizacklea (2005) aponta que a imigração tem correlação à flexibilização laboral há alguns anos.

O fenômeno da migração apresenta singularidade, especialmente no que diz respeito às vulnerabilidades em termos de papel social de gênero, etnia, classe social, idade e orientação sexual (Crenshaw, 1991; Neves, 2010), pois estes podem influenciar na empregabilidade.

A partir da análise do núcleo central da representação social da mulher brasileira, constata-se que a inclusão da mesma no mercado precário vem sendo uma realidade e que o preconceito, de uma maneira geral, reforça a aceitação por empregos com insegurança contratual, baixos salários, fracas oportunidade de promoção, ausência de proteção e baixo estatuto social (Piore, 1979).

Wachelke e Camargo (2007) apontam que as representações sociais podem ser transformadas, seja a partir de mudanças originadas na relação de mudanças na relação do grupo com o objeto, como nas relações intergrupais ou contextuais. Assim, se os gestores de recursos humanos se conscientizarem de que a imagem da mulher brasileira pode ser modificada a partir das práticas que podem alterar as representações, que são marcadas por uma ambivalência entre proximidade e preconceito.

Os resultados mostraram que, em relação ao profissionalismo, a mulher brasileira no contexto laboral português é considerada apenas como uma migrante simpática, alegre e que busca estabilidade (segurança e melhores condições de vida). Os aspectos negativos, em relação ao profissionalismo, apontam a mulher brasileira como alguém que aceita exercer trabalho precário.

Em relação sua identidade cultural, a mulher brasileira é identificada como turista, uma mulher bonita e atraente. No entanto, no que concerne a imagem negativa, a mulher brasileira é vista como prostituta.

Sobre a personalidade da mulher brasileira em Portugal é possível verificar que as mulheres portuguesas apresentam um alto índice de imagem positiva, as mulheres brasileiras ultrapassam o mesmo. Com relação a imagem negativa, pode-se verificar que mais portuguesas tem uma imagem negativa do que as brasileiras. Por outro lado, os homens portugueses, ao mesmo tempo que apresentam ter uma imagem positiva da mulher brasileira em questão da personalidade, é também o expõe maior número de respostas de imagem negativa (Piore, 1979; Portes, 1981, 1999; Massey et al., 1998).

Os portugueses (homens e mulheres) demonstram maior imagem positiva do que os próprios brasileiros (homens e mulheres). Em relação as demais nacionalidade, os portugueses (homens e mulheres) apresentam uma maior percepção negativa. .

Pode-se concluir que o preconceito ainda é uma constante e que a imagem da mulher brasileira ainda sofre uma hipersexualização, o que cria uma identidade preferencial para um mercado de trabalho precário.

## **Referências Bibliográficas**

Albuquerque, R. (2005). Para uma análise multidimensional da situação das mulheres: as relações entre gênero, classe e etnicidade. In *Imigração e Etnicidade – vivências e trajetórias de mulheres em Portugal* (pp. 37-50). Lisboa, SOS Racismo.

Cavalcanti, L. (2005). Imigrante na cidade: paradoxos e pleonasmos. *Travessia*, 51.



Crenshaw, K. (1991). Mapping the margins: Intersectionality, identity, politics and violence against women of color. *Stanford Law Review*, 43, 1241-1299.

DRE. Diário da República Eletrónico (2019). Declaração Universal dos Direitos Humanos. Retrieved from <https://dre.pt/declaracao-universal-dos-direitos-humanos>

Freitas, S. N. & Castro, S. F. (2004). *Representação Social e Educação Especial: A Representação dos Professores de Alunos com Necessidades Educativas Especiais Incluídos na Classe Comum do Ensino Regular*.

Gabaccia, D. (1992). *Seeking common ground: Multidisciplinary studies of immigrant women in the United States*. London: Praeger.

Garip, F., Curran, S., Shafer, S., & Donato, K. (2006). Mapping gender and migration in sociological scholarship: Is it segregation or integration? *International Migration Review*, 40(1), 199-223.

Guerra, R.D. (2006). *Mulher e discriminação*. Belo Horizonte: Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais.

Infopédia Dicionários Porto Editora (s.d.). *discriminação* Retrieved from <https://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/discriminação>

Iredale, R. (2001). The migration of professionals: theories and typologies. *International Migration*, 39 (5).

Machado, I. J. R. (2003). *Cárcere Público: processos de exotização entre imigrantes brasileiros no Porto, Portugal*. Campinas, Unicamp.

Madeira, M. (2001). Representações sociais e educação: importância teórico-metodológica de uma relação. In A.P. Moreira (org.). *Representações sociais: teoria e prática*. João Pessoa: UFPB.

Malheiros, J. (2007). Os brasileiros em Portugal – a síntese do que sabemos. *Imigração brasileira em Portugal*, Lisboa, ACIDI I. P.

Mazzotti, T.B. (2001). Representações sociais de problemas ambientais: uma contribuição à educação brasileira. In A. P. Moreira (org.). *Representações sociais: teoria e prática*. João Pessoa: UFPB.

Merriam S. B. (1998). *Qualitative research and case study applications in education*. São Francisco (CA): Jossey-Bass.

Minayo, M. C. S. (1994). *Ciência, técnica e arte: o desafio da pesquisa social*. Petrópolis: Editora Vozes.

Morokvasic, M. (1984). Birds of passage are also women. *International Migration Review*, 77(1), 7-25.

Padilha, B. (2007). A imigrante brasileira em Portugal: considerando o gênero na análise. *Imigração brasileira em Portugal*, 2007, 113-134.

Peixoto, J. (2008). Migração e mercado de trabalho em Portugal: investigação e tendências recentes. *Revista Migrações*, 2, 19-46. Retrieved from <https://www.om.acm.gov.pt/-/imigracao-e-mercado-de-trabalho?inheritRedirect=true>

Piore, M. J. (1979), *Birds of Passage. Migrant Labour and Industrial Societies*. Cambridge: Cambridge University Press.

Pires, R. P. & Machado, F. L. & Peixoto, J. & Vaz, M. J. (2010). Portugal: *Atlas das migrações internacionais*. Retrieved from <http://www.tintadachina.pt/pdfs/0f56a123f502fdf1aaa7fc2733000d07-inside.pdf>

Pires, R. P. (2003), *Migrações e Integração. Teoria e aplicações à sociedade portuguesa*. Oeiras: Celta Editora.

Pires, R. P. (2002), Mudanças na imigração: uma análise das estatísticas sobre a população estrangeira em Portugal, 1998-2001, *Sociologia, Problemas e Práticas*, 39, 151-186.

Phizacklea, A. (2005). *O mercado de trabalho flexível e o trabalho incerto: o caso da migração*. Oeiras: Celta Editora.

Robbins, P. S. (2006) *Comportamento Organizacional*. São Paulo: Pearson Education do Brasil.

Santos, C.A. (2005). Mulheres Imigrantes na Imprensa Portuguesa. *Imigração e Etnicidade – vivências e trajetórias de mulheres em Portugal*, 2005, 51-62.

Sá, C.P. (2002). *Núcleo central das representações sociais*. Petrópolis: Vozes.

SEF. Serviços de Estrangeiros e Fronteiras (2017). *Relatórios de Imigrações Fronteiras e Asilo*. Retrieved from <https://sefstat.sef.pt/forms/relatorios.aspx>

Sertório, E. & Pereira, F.S. (2004). *Mulheres imigrantes*. Lisboa. Ela por Ela.

Silva, T. F. (2013). Precariedade laboral, raça e gênero: imigrantes brasileiras e o mercado de trabalho português. *Revista de Psicologia, Fortaleza*, 4 (2), 87-102.

Solimano, A. & Pollack, M. (2004). International Mobility of the Highly Skilled: The case between Europe and Latin America, 2004 (1).

Sousa, H, F. De. (2006). *Os comportamentos nas organizações*. Portugal: Editorial Verbo.

Tura, L.F. (1997). *Os jovens e a prevenção da AIDS no Rio de Janeiro*. Rio de Janeiro, 1997, 152p. Tese de Doutorado. Universidade Federal do Rio de Janeiro.

UNRIC. Centro Regional de Informação das Nações Unidas (2019) *Número de migrantes continua a aumentar*. Retrieved from <https://www.unric.org/pt/actualidade/32376-numero-de-migrantes-continua-a-aumentar>

Vergara, S. C. (1997). *Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração*. São Paulo: Atlas.

Vergara, S. C. (2008). *Métodos de Pesquisa em Administração*, 3.ed. São Paulo: Atlas.

Xavier, M. (2007), *Redescobindo o Brasil. Processos Identitários de Brasileiros em Portugal*. Lisboa: ACIDI/Observatório da Imigração.

Walchelke, J. F. R. & Camargo, B. V. (2007). Representações Sociais, Representações Individuais e Comportamento. *Revista Interamericana de Psicología/Interamerican Journal of Psychology*, v. 41, n. 3, p. 379–390.